



Aplicações, Importâncias e Construções

Responsabilidades Específicas da Comunicação Empresarial

Enquanto as organizações podem ter combinações exclusivas de necessidades durante um determinado período, de forma geral, a área de Comunicação Corporativa tem responsabilidade sob os itens abaixo:

- Atividades de comunicação empresarial externas:
    - Relação com Investidores;
    - Relação com o Governo;
    - Relação com a Comunidade;
    - Relação com Imprensa;
    - Propaganda Empresarial;
    - Relatórios Anuais;
    - Sites Corporativos;
    - Mídias Sociais Corporativas;
    - Monitoramento da Imagem e Reputação.





- Atividades de Comunicação Empresarial Interna:
    - Comunicação com os Colaboradores;
    - Intranet Corporativa;
    - Mídias Sociais Internas;
    - Monitoramento da Imagem e Reputação.

O sucesso da estratégia de comunicação empresarial de uma empresa depende em grande medida do elo entre a estratégia de comunicação utilizada e a estratégia geral da empresa. Além do projeto cuidadoso e do bom planejamento da estratégia, é preciso ter um sólido desempenho da função de comunicação empresarial para apoiar a sua missão, visão e valores.

Os profissionais de comunicação empresarial devem estar dispostos a desempenhar uma ampla variedade de funções e seus papéis continuarão a se ampliar e diversificar à medida que a globalização e os fluxos de informação de uma variedade de fontes exigirem uma comunicação estratégica significativa.

Com isso, gerenciar a reputação de uma empresa e construir confiança entre ela e seus públicos de interesse são aspectos importantes dentro de uma organização e suportados por uma bem estruturada estratégia de comunicação empresarial.

Missão, Visão e Valores

É sempre importante uma organização desenvolver uma missão, visão e valores, pois estes, além de nortear sua estratégia empresarial, auxili na construção das mensagens a serem transmitidas em um plano de Comunicação Empresarial.

Sem desenvolver uma missão, visão e valores para auxiliar no desenvolvimento de uma estratégia, uma organização não pode identificar, distinguir ou explicar-se a seus funcionários e clientes.

Missão

O desenvolvimento de uma missão é importante para uma organização porque define qual a razão de sua existência e como a empresa gostaria de ser reconhecida e lembrada. Além disso, uma declaração de missão permite que a organização se diferencie dos concorrentes respondendo a três questões principais: o que fazemos, para quem fazemos e qual é o benefício do que fazemos?

As declarações de missão constroem e identificam as relações entre os funcionários, clientes, fornecedores e colegas de trabalho.

De acordo com Crans, Gaich e Hisscock (2009), “Para os verdadeiramente comprometidos, a declaração de missão se torna um mantra que é impresso em seu coração, contra o qual todo curso de ação possível é pesado e medido. Torna-se o teste decisivo para ações futuras”.

Uma boa declaração de missão é concisa e precisa. Ele deve identificar os principais interessados da organização e definir como a organização os atenderá. Ex: Missão do Google - Organizar as informações do mundo para que sejam universalmente acessíveis a todos.

Visão

Uma declaração de visão descreve como o futuro será se a organização atingir sua missão (o que a organização quer ser no futuro, aonde de... chegar). A visão de uma organização deve conter informações que sejam realistas, confiáveis e atraentes para seus públicos de interesse. Ex: Visão Samsung - Inspirar o mundo e criar o futuro.

Valores

Servem como uma plataforma para nutrir os comportamentos desejados na organização. São as ideias fundamentais, convicções dominantes. Sinalizam o que se persegue em termos de padrão de comportamento.

Missão, Visão e Valores - Como comunicar

Para serem úteis a missão, visão e valores devem ser assimiladas na organização. Para que isso seja possível é necessário:

- Que sejam comunicados por meio de vários canais e para todos os níveis da organização;
- Que toda a administração fale com uma só voz sobre eles;
- Histórias de sucesso que demonstrem a missão, a visão e os valores e que sejam sempre compartilhadas com todos os públicos de interesse;
- Sejam incorporados nas práticas de gestão do dia a dia.

Saiba Mais

Relacionamento com público externo

- **Escrita de e-mails corporativos**

É fato que num ambiente de trabalho ou ainda na universidade você sempre está se comunicando por escrito com colegas, chefia, clien... professores, dentre outros. Por isso, é muito importante o domínio da língua portuguesa para que a comunicação flua adequadamente e você consiga entender as entrelinhas de um texto, tenha clareza, objetividade e coesão na sua escrita, saiba produzir corretamente e-mails, relatórios e demais textos empresariais solicitados, saiba argumentar, articule logicamente as ideias, evite erros comuns. Tudo isso servirá para destacar você no mercado de trabalho e para te diferenciar de outras pessoas que não possuem a habilidade de escrita.

No trabalho, a linguagem que se usa nos e-mails precisa ser bem estruturada. Claro que a forma de se comunicar vai variar de público para público. Não adianta se comunicar utilizando a norma culta do português com um público composto de jovens que querem consumir informação rapidamente. Assim como de nada adianta usar termos técnicos para explicar o funcionamento de determinado produto para um público que não é formado na área. No entanto, independente da linguagem utilizada, é preciso escrever corretamente e saber tornar sua escrita atrativa para o público correto.

Escrever bem um e-mail é fundamental porque é através dele que as informações vão chegar para as pessoas. O e-mail corporativo é uma importante ferramenta de comunicação nas empresas. Muito usado para documentar o que foi dito numa reunião ou conversa telefônica, marcar reuniões, enviar dados, solicitar e enviar informações. O e-mail corporativo tem algumas características que são diferentes dos e-mails que você envia aos seus amigos ou da sua comunicação nas redes sociais, sendo que, a forma como você se expressa por meio dele, reflete sua postura profissional, podendo construir ou difamar sua imagem.

Vamos conhecer algumas dicas importantes para a escrita de e-mails corporativos:

Evite abreviações de palavras, uso de gírias, falta de concordância e coerência e erros de digitação. Para isso, revise sempre o que escrev Fique longe da informalidade das redes sociais na hora de escrever um e-mail corporativo. Ao enviar um e-mail para alguém que você tem apenas uma relação profissional, use sempre termos mais formais. Nada impede que, dentro dos limites profissionais, você seja um pouco mais informal com quem já tem afinidade.

Jamais use gírias, emojis ou abreviações como “vc”, “tbm”, “Att.”, “ctz”, “tá”. “Oi”, “E ai?”, “Beijos” que são informais demais. Usar esses termos transmite falta de profissionalismo.

A forma como o e-mail é escrito transmite informações sobre o profissional que o está escrevendo e também sobre a empresa. Lembre-se sempre de usar palavras mágicas como “por favor”, “desculpe” e “obrigado”. Termos que no fim, não dizem nada, como “sem mais para o momento”, “venho através desta” também devem ser evitados.

Nunca digite todo texto em caixa alta. Isto significa que você está gritando com o destinatário. Em regras gerais, use letras maiúsculas para nomes próprios, ao iniciar uma frase e após um ponto final. Também não escreva tudo com minúsculas.

Pesquise o Novo Acordo Ortográfico da Língua Portuguesa e esteja sempre atento às novas regras. Se ficar com dúvida na hora de escrever uma palavra troque por um um sinônimo ou faça uma busca na internet. Com tantas informações à disposição, cometer erros de ortografia é uma falha imperdoável.

Cuidado também com a pontuação. Os pontos de exclamação e interrogação devem ser usados com moderação. Usar num “Bom dia!” é aceitável, porém colocar uma sequência “Bom dia!!!!!”, “Recebeu meu e-mail anterior????” não é de bom tom. Isto indica alguém excessivamente emocional e até mesmo imaturo.

- O assunto



Escreva o assunto informando de forma clara e objetiva sobre a que se refere o conteúdo do e-mail, assim o destinatário prioriza suas mensagens. Não deixe o "assunto" em branco. Termos como "Urgência" ou "Alta Prioridade" devem ser evitados. Isto porque, depois de um tempo, as pessoas se dão conta que os e-mails não são tão urgentes quanto dizem e acabam desconsiderando estes avisos. Só atribua importância ao que realmente for necessário.

- Saudações

As saudações iniciais são muito importantes. Seja sempre educado e cordial e comece seu e-mail cumprimentando o destinatário, independente de quem seja: um colega de trabalho, um fornecedor ou um cliente. Em situações formais use "Senhor", "Senhora", "Doutor", "Doutora", ou o nome da pessoa, seguido de vírgula e de um "bom dia, boa tarde ou boa noite". Alguns autores consideram que os termos Caro(a)", "Prezado(a)" estão em desuso, mas ainda são bem aceitos. Exemplos:

"Caro Doutor Luiz, bom dia!"

"Prezada Professora Ana, boa tarde!"

"Senhor João, boa noite!"

Caso não saiba o nome da pessoa para quem deve mandar um e-mail (faça o possível para descobrir), uma solução é usar:

"Senhor Diretor de Recursos Humanos".

E se, em um último caso, não souber o nome da pessoa, nem o cargo que ela ocupa:

"A quem possa interessar", "Prezados(as)", "Senhores".

Não envie um e-mail, escrevendo direto o que tem a dizer, sem nem ao menos mencionar o nome da pessoa.

- Desenvolvimento



É importante que seu e-mail tenha um começo, meio e fim, ou seja, uma introdução ao assunto, desenvolvimento e conclusão, para que o outro seja capaz de entender facilmente. Logo no início apresente o tema principal do e-mail, em seguida discorra sobre o assunto e encerre cordialmente.

A abertura de um e-mail formal, escrito pela primeira vez, normalmente exige uma apresentação:

"Meu nome é Luana Paschoale e sou diretora de RH da Faculdade Descomplica.

Ao escrever seu e-mail corporativo, primeiramente distribua em tópicos tudo que você precisa comunicar. Em seguida, desenvolva os parágrafos em torno de cada tópico. Assim torna-se mais fácil organizar as ideias e ser conciso no que precisa ser tratado. Colocar cada ideia num parágrafo, facilita a leitura e deixa seu e-mail organizado. O espaçamento entre a saudação, cada parágrafo e a assinatura também deixa seu e-mail mais convidativo à leitura.

Depois de escrevê-lo é hora de dar atenção a formatação. Certifique-se de sempre usar a mesma fonte, do mesmo tamanho e cor. Destacando apenas algumas palavras que requerem mais atenção e facilitando assim, uma leitura mais rápida. Nunca deixe seu e-mail todo colorido, criando uma poluição visual.

- Finalização

Nunca deixe de assinar um e-mail corporativo. Tão importante quanto a saudação é o encerramento que deve prezar pela impessoalidade. Portanto nada de se despedir com "beijos" ou "abraços carinhosos". Encerre com frases como: "Qualquer dúvida estou à disposição", "Aguardo seu retorno". Vale também usar "Cordialmente" ou o clássico "Atenciosamente", mas por extenso, evite a abreviatura, sabendo que a

forma correta é “At.,” e observe que logo após emprega-se vírgula nos dois casos.

Crie sempre uma assinatura com seus dados pessoais como nome e sobrenome. Inclua também o setor para evitar desencontros em empresas muito grandes. O(s) telefone(s) de contato são muito importantes caso o destinatário queira te ligar e esclarecer prontamente alguma dúvida. Lembre-se sempre de seguir o padrão de assinatura criado pela empresa.

Lembre-se de que o encerramento do e-mail é a última visualização que a pessoa terá sobre sua empresa, então, trabalhe para que essa sensação seja duradoura e positiva.

Também é o momento de fazer com que a pessoa que recebeu seu e-mail guarde seu nome.

- Anexos

Sempre avise no corpo do e-mail quando estiver enviando documentos anexados. Use “Segue anexa a documentação”, “Seguem anexos os relatórios”. (Não use “em anexo”).

Atividade Extra

Reescreva o e-mail corporativo abaixo, enviado a um colaborador, de acordo com as normas estudadas.

De: antonio.mallory@hotmail.com

Para: rafaelsouza@gmail.com

Assunto:

Oi Rafael Souza,

Solicito, por favor, o envio dos relatórios X até amanhã.



Aguardo retorno.

Att.

Antônio Carlos

Resolução

De: antonio.mallory@hotmail.com

Para: rafaelsouza@gmail.com

Assunto: Envio de Relatórios

Senhor Rafael Souza, boa tarde!

Solicito, por favor, o envio dos relatórios X até amanhã.

Aguardo retorno.

Atenciosamente,

Antônio Carlos

Gerente de Produção

Atividade Extra

Nome da atividade: Vídeo - Como ter lucros fazendo diferença para a sociedade



Link para assistir a atividade:

https://www.ted.com/talks/audrey_choi_how_to_make_a_profit_while_making_a_differe

Referência Bibliográfica

ARGENTI, P.A. **Comunicação Empresarial**: A construção da Identidade, Imagem e Reputação. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.

RIEL, CEES B. M. **Van Reputação**: O valor estratégico do engajamento dos stakeholders. Rio de Janeiro: Elsevier, 2013.

ROCHA T., GOLDSCHMIDT A (coord.). **Gestão de Stakeholders**. São Paulo: Saraiva, 2010.

Ir para exercício